

**PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP KEPUASAN SERTA
LOYALITAS KONSUMEN MINUMAN KOPI DI BANARAN 9 *COFFEE*
AND TEA, BAWEN**

***THE INFLUENCE OF MARKETING MIX ON CUSTOMER
SATISFACTION AND CONSUMERS LOYALTY OF COFFEE BEVERAGE
IN BANARAN 9 COFFEE AND TEA, BAWEN***

SKRIPSI

Diajukan kepada Program Studi: Agribisnis, Fakultas Pertanian dan Bisnis
Guna Memenuhi Sebagian dari Persyaratan untuk Mencapai Gelar
Sarjana Pertanian

Oleh :

Siti Walimah

522012035



**FAKULTAS PERTANIAN DAN BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA
SALATIGA**

2017

**PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP KEPUASAN SERTA
LOYALITAS KONSUMEN MINUMAN KOPI DI BANARAN 9 *COFFEE*
AND TEA, BAWEN**

***THE INFLUENCE OF MARKETING MIX ON CUSTOMER
SATISFACTION AND CONSUMERS LOYALTY OF COFFEE BEVERAGE
IN BANARAN 9 COFFEE AND TEA, BAWEN***

Oleh :

Siti Walimah

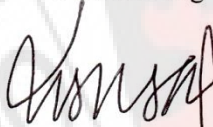
522012035

SKRIPSI

Diajukan kepada Program Studi: Agribisnis, Fakultas Pertanian dan Bisnis
Guna Memenuhi Sebagian dari Persyaratan untuk Mencapai Gelar
Sarjana Pertanian

Disetujui oleh:

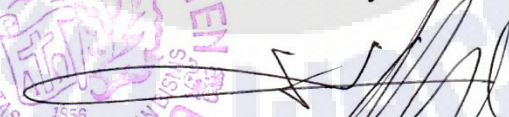
Pembimbing



Dr. Ir. Bayu Nuswantara, MM.

Disahkan oleh:

Dekan Fakultas Pertanian dan Bisnis
Universitas Kristen Satya Wacana



Dr. Ir. Bistok Hasiholan Simanjuntak, M.Si.

**FAKULTAS PERTANIAN DAN BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA
SALATIGA**

2017



PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Siti Walimah

NIM : 522012035

Email : 522012035@student.uksw.edu

Fakultas : Pertanian dan Bisnis Program Studi : Agribisnis

Judul tugas akhir : PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP KEPUASAN SERTA LOYALITAS KONSUMEN MINUMAN KOPI DI BANARAN 9 *COFFEE AND TEA*, BAWEN.

Pembimbing : Dr. Ir. Bayu Nuswantara, MM.

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar kesarjanaan baik di Universitas Kristen Satya Wacana maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini bukan saduran/terjemahan melainkan merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian/implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik dan narasumber penelitian.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya saya ini, serta sanksi lain yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Kristen Satya Wacana.

Salatiga, 09 Desember 2016

METERAI
TEMPEL
PAJAK NEGARA
TGL 20
2CA73ABF087392640
ENAM RIBU RUPIAH
6000
DJP

Siti Walimah

Tanda tangan & nama terang mahasiswa



PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Siti Walimah

NIM : 522012035

Email : 522012035@student.uksw.edu

Fakultas : Pertanian dan Bisnis

Program Studi : Agribisnis

Judul tugas akhir : PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP KEPUASAN SERTA LOYALITAS KONSUMEN MINUMAN KOPI DI BANARAN 9 *COFFEE AND TEA*, BAWEN.

Dengan ini saya menyerahkan hak *non-eksklusif** kepada Perpustakaan Universitas – Universitas Kristen Satya Wacana untuk menyimpan, mengatur akses serta melakukan pengelolaan terhadap karya saya ini dengan mengacu pada ketentuan akses tugas akhir elektronik sebagai berikut (beri tanda pada kotak yang sesuai):


- ☒ a. Saya mengizinkan karya tersebut diunggah ke dalam aplikasi Repositori Perpustakaan Universitas, dan/atau portal GARUDA
- ☐ b. Saya tidak mengizinkan karya tersebut diunggah ke dalam aplikasi Repositori Perpustakaan Universitas, dan/atau portal GARUDA**

* Hak yang tidak terbatas hanya bagi satu pihak saja. Pengajar, peneliti, dan mahasiswa yang menyerahkan hak *non-eksklusif* kepada Repositori Perpustakaan Universitas saat mengumpulkan hasil karya mereka masih memiliki hak copyright atas karya tersebut.

** Hanya akan menampilkan halaman judul dan abstrak. Pilihan ini harus dilampiri dengan penjelasan/ alasan tertulis dari pembimbing TA dan diketahui oleh pimpinan fakultas (dekan/kaprodi).

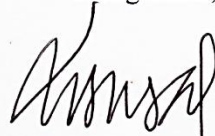
Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Salatiga, 09 Desember 2016


Siti Walimah

Tanda tangan & nama terang mahasiswa

Mengetahui,


Dr. Ir. Bayu Nuswantara, MM.
Tanda tangan & nama terang pembimbing II

ABSTRAK

Siti Walimah (522012035)

Pembimbing: Dr. Ir. Bayu Nuswantara, MM.

PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP KEPUASAN SERTA LOYALITAS KONSUMEN MINUMAN KOPI DI BANARAN 9 *COFFEE AND TEA*, BAWEN

Kopi merupakan komoditas ekonomi sangat penting di dunia, tak kurang dari 2,5 juta cangkir kopi dikonsumsi masyarakat dunia setiap harinya. Peningkatan permintaan kopi memberikan dampak pada semakin ramainya bisnis berbasis *coffee shop* di kota besar Indonesia. Terus meningkatnya pertumbuhan usaha berbasis *coffee shop* serta semakin selektifnya konsumen menyebabkan ketatnya persaingan usaha.

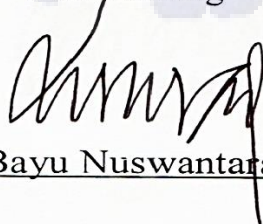
Setiap *coffee shop* mengusung strategi pemasaran tersendiri sebagai upaya menarik konsumen. Strategi pemasaran merupakan usaha yang dilakukan untuk menciptakan kepuasan konsumen sehingga akan memunculkan sikap loyalitas konsumen. Tujuan penelitian ini yaitu: 1. Menganalisis pengaruh *marketing mix* terhadap kepuasan konsumen minuman kopi di Banaran 9 *Coffee and Tea*, Bawen. 2. Menganalisis pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen minuman kopi di Banaran 9 *Coffee and Tea*, Bawen. Penelitian ini dilakukan di Banaran 9 *Coffee and Tea*, Bawen pada 20 April hingga 20 Mei 2016. Data dikumpulkan dari 100 responden dan dianalisis regresi menggunakan *software* SPSS 22.

Hasil penelitian ini yaitu 1. Secara parsial produk (X_1), harga (X_2), tempat (X_3), dan promosi (X_4) berpengaruh nyata terhadap kepuasan konsumen (Y) minuman kopi di Banaran 9 *Coffee and Tea*, Bawen. 2. Kepuasan konsumen (Y) berpengaruh nyata terhadap loyalitas konsumen (Z) minuman kopi di Banaran 9 *Coffee and Tea*, Bawen.

Kata kunci: Persaingan, Konsumen, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen, *Marketing Mix*.

Disetujui oleh:

Pembimbing



Dr. Ir. Bayu Nuswantara, MM.

ABSTRACT

Siti Walimah (522012035)

Supervisor: Dr. Ir. Bayu Nuswantara, MM.

THE INFLUENCE OF MARKETING MIX ON CUSTOMER SATISFACTION AND CONSUMERS LOYALTY OF COFFEE BEVERAGE IN BANARAN 9 COFFEE AND TEA, BAWEN

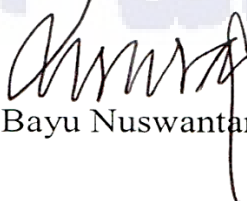
Coffee is a very important economic commodity in the world, no less than 2.5 million cups of coffee are consumed each day by the world community. Increased demand for coffee have an impact on the increasingly crowded coffee shop based business in major cities of Indonesia. The increasing growth of coffee shop based businesses as well as consumers become more selective lead to tight competition.

Every coffee shop carries its own marketing strategy in an attempt to attract consumers. The marketing strategy is an effort made to create customer satisfaction so that will bring up the attitude of customer loyalty. The purpose of this study are: 1. To analyze the influence of marketing mix to the satisfaction of consumers drink coffee in Banaran 9 Coffee and Tea, Bawen. 2. Analyze the effects of customer satisfaction on customer loyalty in the coffee beverage Banaran 9 Coffee and Tea, Bawen. This research was conducted in Banaran 9 Coffee and Tea, Bawen on April 20 to May 20, 2016. Data were collected from 100 respondents and regression analysis using SPSS 22 software.

The results of this study are 1. Partially product (X_1), price (X_2), place (X_3) and promotion (X_4) significantly affect satisfaction of consumers drink coffee in Banaran 9 Coffee and Tea, Bawen. 2. Variable customer satisfaction (Y) has significant effect on customer loyalty (Z) of coffee beverage in Banaran 9 Coffee and Tea, Bawen.

Keywords: Competition, Consumer, Consumer Satisfaction, Consumer Loyalty, Marketing Mix.

Approved by:
Supervisor



Dr. Ir. Bayu Nuswantara, MM.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah Swt atas segala limpahan karuniaNya dan nikmatNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Kepuasan Serta Loyalitas Konsumen Minuman Kopi Di Banaran 9 *Coffee And Tea*, Bawen". Skripsi disusun dalam rangka memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Pertanian Strata-1 di Fakultas Pertanian dan Bisnis, Universitas Kristen Satya Wacana. Dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih yang tak terhingga kepada pihak-pihak yang terlibat dalam proses penyusunan skripsi ini :

1. Dr. Ir. Bistok Hasiholan Simanjuntak, M.Si. selaku Dekan Fakultas Pertanian dan Bisnis, Universitas Kristen Satya Wacana.
2. Dr. Ir. Bayu Nuswantara, MM. selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian dan Bisnis, Universitas Kristen Satya Wacana serta selaku dosen pembimbing skripsi yang telah mendukung, membantu dan mengarahkan dengan sabar dalam penyusunan skripsi ini.
3. Dr. Ir. Bayu Nuswantara, MM. selaku wali studi yang memberikan arahan selama masa studi terkhusus dalam mengarahkan pengambilan mata kuliah pada tiap semester.
4. Prof. Dr. Ir. Sony Heru Priyanto, MM., dan Hendrik J. Nadapdap, SP. M.EP. selaku dosen penguji, terimakasih banyak atas masukannya dalam menyempurnakan skripsi.
5. Bapak Untung Marjono, SE. selaku manager di Kampoeng Kopi Banaran yang telah mengizinkan penulis untuk melaksanakan penelitian di Kampoeng Kopi Banaran, Bawen.
6. Kedua orang tua penulis, Bapak Marwanto dan Ibu Mursiem yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk dapat studi S1 di Universitas Kristen Satya Wacana serta selalu mendoakan, memberi dukungan dan arahan untuk penulis.
7. Kakak dan Abang serta keluarga besar penulis yang telah mendukung penulis dalam dana, doa dan upaya selama penulis menempuh masa studi.

8. Kepada teman-teman Fakultas Pertanian dan Bisnis terutama kepada angkatan 2012 yang telah mendukung dalam upaya dan juga semangat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah membantu dan mendukung penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa ada banyak kekurangan dari skripsi ini sehingga ruang kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pengguna dan pembaca sekalian. Terimakasih.

Salatiga, 09 Desember 2016

Penulis



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR DAN GRAFIK	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Tujuan	3
1.3. Signifikansi	4
1.4. Batasan Masalah	4
1.5. Model Hipotetis	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1. Landasan Teori.....	6
2.1.1. Loyalitas Konsumen	6
2.1.2. Kepuasan Konsumen	8
2.1.3. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	10
2.2. Penelitian Terdahulu	17
2.3. Hipotesis Penelitian	18
BAB III METODE PENELITIAN	19
3.1. Waktu dan Tempat Penelitian	19
3.2. Jenis dan Metode Penelitian	19
3.3. Teknik Pengambilan Sampel	19
3.4. Metode Pengumpulan Data	21
3.5. Jenis dan Sumber Data	21
3.6. Metode Analisis Data	22
3.6.1. Analisis Deskriptif	22
3.6.2. Uji Validitas dan Reliabilitas	23
3.6.3. Uji Asumsi Klasik	24
3.6.3.1. Uji Normalitas	24

3.6.3.2. Uji Multikolineritas.....	24
3.6.3.3. Uji Heteroskedestisitas.....	25
3.6.3.4. Uji Regresi Linier Berganda dan Uji Regresi Linier Sederhana	25
3.6.4. Uji Ketepatan Model	26
3.7. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	26
3.7.1. Variabel Penelitian.....	26
3.7.2. Definisi Operasional	27
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	29
4.1. Gambaran Umum Banaran 9 <i>Coffee and Tea</i>	29
4.2. Karakteristik Responden.....	31
4.3. Distribusi Kepuasan Konsumen Berdasarkan <i>Marketing Mix</i>	36
4.4. Distribusi Loyalitas Konsumen Berdasarkan Kepuasan Konsumen	39
4.5. Pengolahan Data	40
4.6. Hasil Komputasi.....	41
4.7. Uji Hipotesis dan Model Regresi	43
4.7.1. Pengaruh <i>Marketing Mix</i> terhadap Kepuasan Konsumen Minuman Kopi di Banaran 9 <i>Coffee and Tea</i> , Bawen.....	43
4.7.2. Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap loyalitas konsumen Minuman Kopi di Banaran 9 <i>Coffee and Tea</i> , Bawen.....	44
4.7.3. Hasil Regresi <i>Marketing Mix</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	44
4.7.4. Hasil Regresi Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen	45
4.8. Pembahasan.....	46
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	54
5.1. Kesimpulan	54
5.2. Saran	54
DAFTAR PUSTAKA.....	55
LAMPIRAN.....	59

DAFTAR TABEL

Tabel :	Halaman :
Tabel 2.1 : Penelitian-Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3.1 : Definisi Operasional Penelitian	28
Tabel 4.1 : Daftar Minuman Kopi yang Disajikan di Banaran 9 Coffee And Tea	30
Tabel 4.2 : Distribusi Tempat Tinggal Responden Banaran 9 Coffee and Tea	31
Tabel 4.3 : Distribusi Kepuasan Konsumen Berdasarkan Persepsi Konsumen Pada Produk.....	37
Tabel 4.4 : Distribusi Kepuasan Konsumen Berdasarkan Persepsi Konsumen Pada Harga.....	37
Tabel 4.5 : Distribusi Kepuasan Konsumen Berdasarkan Persepsi Konsumen Pada Tempat	38
Tabel 4.6 : Distribusi Kepuasan Konsumen Berdasarkan Persepsi Responden Pada Promosi.....	39
Tabel 4.7 : Distribusi Loyalitas Konsumen Berdasarkan Kepuasan Konsumen	39
Tabel 4.8 : Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen	40
Tabel 4.9 : Pengaruh <i>Marketing Mix</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	41
Tabel 4.10 : Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen.....	42

DAFTAR GAMBAR DAN GRAFIK

Gambar :

Halaman :

Gambar 1.1 : Model Hipotetis Penelitian	5
Grafik 4.1. : Distribusi Responden Berdasarkan Usia Responden	32
Grafik 4.2. : Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Responden.....	33
Grafik 4.3. : Distribusi Frekuensi Kunjungan Responden Ke Banaran 9 Coffee and Tea.....	33
Grafik 4.4. : Distribusi Pendidikan Responden Banaran 9 Coffee and Tea.....	34
Grafik.4.5. : Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan Responden	35
Grafik 4.6. : Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan Responden	36

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran :

Halaman :

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian	59
Lampiran 2 : Hasil Uji Asumsi Klasik.....	62
Lampiran 3 : Daftar Menu dan Harga Minuman	63
Lampiran 4 : Data Demografi Responden	64
Lampiran 5 : Data Mentah Penelitian	66
Lampiran 6 : Dokumentasi.....	68
Lampiran 7 : Struktur Organisasi KAKOBA.....	70
Lampiran 8 : <i>Pricelist</i> Kakoba 2016.....	71

